

9 712 万 Am, 同比下降 10.43%。

1~7 月完成销售收入 59.35 亿元, 同比下降 9.15%; 实现利润总额 4.16 亿元, 同比下降 5.31%, 比前 6 个月下降 13 个百分点; 实现利税总额同比增长 7%, 比前 6 个月下降 6 个百分点。亏损企业 3 家, 亏损面 8%, 比前 6 个月亏损面缩小 3 个百分点。

4. 15 家重点橡胶制品企业。橡胶制品行业 1~7 月份整体经济运行较 2008 年同期趋稳, 出口依然下滑。共实现工业产值 31.58 亿元, 同比增长 9.7%; 销售收入 28.35 亿元, 同比下降 5%; 利润增长 7.8%; 利税下降 2.4%。完成出口交货值 4.36 亿元, 同比下降 22.6%。

主导产品产量增长的分别是: O 形密封圈 9 978 万个, 同比增长 4.8%; 纯胶密封条 162 t, 同比增长 8.7%; 复合密封条 144 万个, 同比增长 41.8%; 橡胶水坝 4.3 万 m², 同比增长 12.5%; 橡胶护舷 120 t, 同比增长 445.5%。产量下降的产品有: 汽车减震制品 7.62 亿个, 同比下降 5.3%; 骨架油封 1.86 亿个, 同比减少 4.6%; 橡皮舟同比减少 23.3%; 胶辊同比减少 29.2%; 橡胶防腐衬里同比减少 18.1%; 桥梁支座同比减少 39%。

5. 27 家重点乳胶企业。乳胶行业 1~7 月份生产形势持续走低, 降幅收窄, 出口受阻。共完成工业总产值 10.02 亿元, 同比下降 4.01%; 销售收入 9.09 亿元, 同比下降 7.63%, 与前 6 个月相比降幅缩小 2.3 个百分点。主要产品避孕套产量同比增长 1.34%; 输血胶管同比增长 6.4%; 家用手套、检查手套同比分别下降 15.32% 和 4.93%, 比前 6 个月降幅分别缩小 5 个百分点和 1 个百分点。乳胶行业在狠抓内部管理上下功夫, 亏损企业减少, 亏损额比 2008 年同期减少 88.45%; 企业亏损面缩小 3.7 个百分点。1~7 月利润总额增长了 2 910.22 万元, 利税增长 73.39%; 出口交货值 4.6 亿元, 同比下降 17.42%, 比前 6 个月下降 2.4 个百分点。

6. 20 家重点胶鞋企业。1~7 月胶鞋行业经济运行回落趋缓, 完成工业产值 20.8 亿元, 同比下降 5.5%; 产量完成 1.29 亿双, 同比下降 11.6%; 实现销售收入 24.07 亿元, 同比增长 2%; 实现利润 9 000 万元, 同比下降 2.6%。出口

形势不容乐观, 出口胶鞋 1344 万双, 同比下降 24.5%, 出口创汇比去年同期下降 9.3%。

7. 35 家重点炭黑企业。炭黑行业 1~7 月份生产下滑持续, 降幅收紧。完成工业产值同比下降 23.28%; 产品总产量 104.82 万 t, 同比下降 4.08%, 降幅收窄 4.7 个百分点; 其中湿法炭黑产量 98.42 万 t, 同比下降 4.57%, 降幅收窄 4.5 个百分点。1~7 月销售炭黑 107 万 t, 同比下降 0.83%, 降幅收窄 1.3 个百分点; 销售收入 54.96 亿元, 同比下降 19.82%, 收窄 0.9 个百分点。实现利润总额 8 422 万元, 同比下降 68.64%, 降幅收窄 3.8 个百分点。亏损企业 15 家, 亏损面达 42.8%, 形势依然严峻。

8. 43 家重点废橡胶综合利用企业。废橡胶行业 1~7 月份继续呈现回落的走势, 再生胶工业总产值下降 17.22%; 出口交货值下降 67.41%; 工业增加值下降 18.1%; 再生胶产量 43 823 t, 同比下降 2.78%, 其中胶粉产量 8 419 t, 同比下降 15.97%; 产品销售收入 2.5 亿元, 同比下降 20.77%; 实现利润下降 12.8%; 利税下降 13.07%。

9. 15 家重点机头模具企业。1~7 月模具行业经济运行趋稳向好, 工业总产值 10.6 亿元, 同比增长 6.9%; 工业增加值同比增长 12.65%; 出口交货值 15 379 万元, 同比增长 74.4%; 销售收入 10.7 亿元, 同比增长 11.68%; 完成模具产量 9 131 套, 同比下降 6.4%; 实现利润总额 18 597 万元, 同比增长 18%; 利税增长 11.75%。

10. 45 家重点助剂企业。1~7 月助剂行业完成工业产值 35.72 亿元, 同比下降 9.1%; 完成产品产量 20.16 万 t, 同比增长 8.3%, 其中促进剂增长 7.2%, 防老剂增长 11.8%。累计完成销售收入 39.54 亿元, 同比下降 8.9%。助剂行业 1~7 月出口呈现下滑态势, 出口产量下降 31.8%, 出口额下降 36.3%。

吴金华

风神公司路演活动见成效

为应对金融危机对轮胎行业的影响, 进一步树立产品品牌形象, 风神轮胎股份有限公司独辟蹊径, 锐意创新, 策划了 2009 年 3~12 月份举办

150 场路演的大型促销宣传系列活动。截止到 2009 年 8 月 18 日, 公司已在内蒙、新疆、陕西、黑龙江、安徽、云南等 12 个省和自治区举办了 107 场路演活动, 参加活动的司机、经销商、车队经理、管理者以及终端客户等达到 7 600 人次, 其中新客户 2 700 人次, 新客户所占比例达到 35%。活动现场订购轮胎 3 万余套, 所售产品价值达到 5 400 万元, 路演活动初见成效。本次活动的主要目的是拓展终端销售网络, 零距离激活终端客户, 现场指导客户正确选用风神轮胎产品, 培养客户对“风神”的认知度、忠诚度、信任度, 从而达到了解市场, 把握市场, 掌控市场的目的。

路演活动采取与终端客户举办联谊会的形式举办, 包括宣传、培训、互动、抽奖、订货 5 个环节, 以走进司机生活、了解终端客户需求为目的。活动现场由公司营销人员与当地销售人员对公司的发展情况和今年公司新产品的研发、技术改进等情况进行详细介绍, 对客户选用的轮胎进行点评并提出建议; 现场互动问答, 及时解决客户在轮胎品种选择、正确使用与保养、三包等方面的问题, 有效帮助客户降低轮胎使用成本, 大大提升风神品牌形象。

另外, 公司根据各地的市场情况, 与当地经销商协商, 采取多种形式的现场抽奖活动。如此大范围的各地路演活动, 包括抽奖活动在国内轮胎行业尚属首例, 同时也是公司对新销售模式的尝试。抽奖活动现场气氛热烈, 很好的激发了客户的订购热情。今年 5 月份, 公司联合郑州公正公司在河南商丘市举行的一场路演活动, 现场人员踊跃参与, 气氛热烈, 当场订购轮胎近千条。6 月份, 公司联合陕西同喜公司在陕西蒲城、韩城、安康、岚县等地举行了路演活动, 客户参与热情高涨, 反映良好。同喜公司是风神公司的新代理商, 销售量较小, 还处于成长阶段。通过参加路演活动, 同喜公司拓展了终端销售网络, 订货量大大增长, 仅当月其销售量几乎就达到了 2008 年全年的销售量。

近期, 风神公司还将在全国范围内陆续举行 43 场路演活动。活动中将不断总结、完善路演方案, 更好的激活终端客户, 为改变轮胎行业传统的推销模式进行有益的尝试。

闫春保

双星鞋亮相国庆庆典

双星鲁中公司主动与市场接轨, 进市场赢订单, 开拓了市场。在国庆节即将来临之际, 他们赢得了为国庆节庆典游行方队定做双星鞋的团购订单, 很好地树立了品牌形象。

2009 年 7 月下旬, 北京某服饰有限公司为参加国庆 60 周年庆典活动的学生方队筹备运动鞋, 面向社会招标。双星鲁中公司得知这一消息后, 便委托双星北京物流平台与对方取得联系, 全权代表公司进行洽谈, 最后竞标成功, 签约了 8 万双时代休闲鞋的生产订单。

接到订单后, 双星鲁中公司高度重视, 认识到 60 周年国庆庆典活动是全国各族人民最隆重的活动。此次学生方队穿用双星鞋是爱国、爱民族企业的具体行为, 这批鞋代表了双星名牌形象, 也是对双星产品最好的宣传, 公司一定要抓住机遇, 用过硬的产品质量, 一流的服务质量树立双星名牌形象。公司为保证产品质量将生产任务交给刚刚下线的出口鞋线生产, 用出口鞋的质量标准来生产时代休闲鞋。他们在生产前召开了“产前技术、工艺准备会”, 提升了质量标准, 严格了工艺操作, 并向员工宣传此次生产任务的重要性, 教育员工保证质量就是最好的爱国、爱企业表现。由于订单的交货期紧, 质量标准高, 公司组织精兵强将成立了生产突击队, 领导亲自在生产一线指导工作, 员工激情高昂, 加班加点保生产, 精工细作保质量, 生产热火朝天。

王开良 公培柱

巴西对华橡胶产品反倾销

据中国驻巴西大使馆经商处消息, 巴西外贸委员会 2009 年 9 月 9 日公告, 决定对产自中国的 65 和 70 两个系列的 13 英寸和 14 英寸, 型号为 165、175 和 185 的轿车轮胎每千克征收 0.75 美元的反倾销税, 有效期 5 年。为配合巴西政府通过降低工业产品税来刺激国民购买汽车的措施, 对上述中国轮胎产品暂缓 6 个月实施反倾销措施。

同日, 巴西外贸委员会发布的第 48 号公告对部分中国鞋类产品每双征收 12.77 美元的临时反倾销税, 有效期 6 个月。

熊伟华